

自主品牌表现突出

各系品牌混战 “影响山东”评选

“影响山东·2013年度齐鲁车坛评选”活动进入投票阶段已过了一个月时间。据不完全统计，在这一个月的投票时间里，有近十万网友参与投票。截至目前，在各个细分奖项上，一些在山东区域表现较好的汽车品牌逐渐脱颖而出。其中，德系、美系与自主品牌表现最为突出，正全力冲击各项冠军荣誉。

从一个月时间的投票情况来看，自主品牌在山东市场内拥有众多拥趸。在“最具性价比车型”奖项上，北京汽车E系列力压一汽-大众新捷达与北京现代瑞纳，及众多自主品牌车型，目前票数暂居榜首。在“最受欢迎经济型车”中，共有一汽丰田新威驰、广汽丰田致炫、广汽本田锋范、别克全新凯越等合资品牌车型参选，其中自主品牌车型天津一汽夏利N7从中脱颖而出，票数大大领先其他车型。

在“年度最受欢迎MPV车型”与“最佳自主品牌SUV”两个奖项上，东风风行旗下MPV菱智与SUV景逸X5均占据一席之地，并暂列各细分奖项前列。据了解，作为东风风行“2013-2017年中期事业计划”的开局之年，1-10月份，东风风行整体销量达14.6万辆，同比增长30%。另外，福田汽车蒙派克S与南京依维柯超越车型在商用车奖项上也占据一席之地，

成为夺魁最大热门车型。

德系车代表大众汽车在几个重磅奖项上表现不俗，其中在SUV车型奖项上，上海大众汽车独占鳌头；上海大众新途观成为“年度最受欢迎合资SUV车型”奖项最热门选手，而上海大众斯柯达野帝也在冲击“年度最受欢迎硬派SUV车型”大奖。在“最佳动力技术车型”与“最受欢迎新车”两个奖项上，一汽-大众全新迈腾与新捷达表现突出；全新迈腾得票数以微弱劣势仅次于北京现代新车名图，而新捷达则在细分奖项上得票数暂居第一位。

另外，通用汽车品牌在此次评选中也有较好表现。上海通用别克新君越是“年度最受欢迎中高级车”奖项最热门车型；“双君”另一款车型新君威也成为“年度最受欢迎中级车”的有力争夺者；通用旗下另一品牌雪佛兰在此次评选中也有较高人气，其旗下车型科

鲁兹掀背版大有问鼎“年度最受欢迎时尚车型”之势。

作为清洁能源的突出代表产品，壳牌石油还助力此次评选活动，与主办方达成战略合作。壳牌自今年在山东启动了“百年壳牌净擎享受”大型消费者活动以来，倡导保持引擎清洁的行动得到市场的积极反响。壳牌投入大量时间倾听消费者的想法和心声，为他们的爱车研发出含有壳牌独特活效净能科技配方的高品质燃油，帮助保持引擎内部的清洁及顺畅运行。

“影响山东·2013年度齐鲁车坛评选”活动由齐鲁晚报·都市车界、山东电视台体育频道《车e族》《车锋尚》栏目组与大众网汽车频道共同主办，立体式全方位报道评选活动，彰显评选活动的权威性与公正性。评选活动自2007年启动以来，以当年优秀汽车品牌、优秀汽车4S店与优秀人物作为主要评选对象，通过读者电话及网络投票形式，评选出山东车迷心中最优秀的汽车品牌与服务商。

车迷朋友可登录大众网汽车频道进入评选专题参与投票，投票时间截止到12月31日。

(本记)



北京现代： 品牌驱动下的“现代速度”



本期嘉宾：北京现代东区事业部 山东办事处主任 张世帅

自2002年成立至今，北京现代历经十一年发展，如今已稳居车企第一阵营。作为品牌元年和新十年起始之年，北京现代对2013年寄予厚望。

今年1-11月，北京现代共实现销售达到93万余台，伴随这一出色的成绩，北京现代即将实现百万销量目标，同时也将迈入“500万辆俱乐部”的行列。张世帅在谈到山东市场时表示：“1—11月山东省累计销售8.8万辆，占全国销量近十分之一，与江苏、浙江稳占区域市场前三甲，本月的20号左右，我们的100万就将下线，山东力争今年实现10万台的销量。”不仅如此，备受山东消费者喜爱的AO级小车瑞纳九月份在山东省实现了月销售3500台的佳绩，成为齐鲁大地一道亮丽的“韩式风景”。

11月19日，MISTRA名图在广州上市，与第八代索纳塔组成“一动一静双子星”。张世

帅表示，MISTRA名图的加盟，也将进一步扩大D级车市场份额，丰富了北京现代的“D+S”(中高级车型+SUV)车型阵营，将为北京现代新十年发展和品牌提升提供新的强劲动力，与2010年相比，北京现代D+S车型的比例由25%上升到40%，它表明北京现代的产品结构已经明显改变，品牌形象也极大提升。据悉，自启动预售两个月来，名图已实现全国交车7700多台，预计至本月底交车将过万台。

凭借现代品质踏实前行，以现代品质打造“现代速度”，北京现代从行业新势力，逐步成为销量排名第四的新主流车企。回首11年风雨历程，北京现代是中国加入WTO以后批准成立的第一个汽车领域合作项目。时至今日，北京现代将成为最快迈入年销百万的企业。从2002年12月正式投产，到2013年实现年销量破百万，北京现代仅用了11年，从而成为中国汽车业完成这一历程用时最短的企业。

展望2014，张世帅表示北京现代将会带给山东消费者更多惊喜，除了在巴西世界杯会为大家呈现汽车与足球的“完美碰撞”，还将为大家带来一款全新小型SUV，大家一起拭目以待吧。

(李晓宁)

热烈庆祝观致汽车山东旗舰4S店——济南嘉悦盛大开业

留住天空蓝 各地公交换“新”颜

自2013年伊始，我国便多地遭雾霾袭击。进入10月，雾霾封锁了东北多地。12月，雾霾继而南下大举肆虐长三角。一场与雾霾的拉锯战频频告急。

9月，国务院一纸《大气污染防治行动计划》下达，全面吹响了这场“呼吸保卫战”的号角。随即，全国上下联动，各方因地制宜。一方面，各大客车制造商纷纷加速新能源客车研发。国内最大客车制造商宇通客车11月26日正式对外发布其节能与新能源领域重要研发成果——“睿控”技术。据介绍，搭载此系统客车，可实现高效节油30%以上，PM值降低90%以上。

另一方面，各地加快对绿色公共交通的推广和普及节奏。长期占据全国污染城市前十的河北邢台，在痛定思痛后毅然决然地与国内最大客车企业宇通做了一笔清洁能源公交的“大买卖”。相比传统燃油公交，这700辆宇通NG类天然气公交车，PM2.5排放几乎为零。

据有关报道，天津700多部新能源公交车已投入运营。而抚顺将于明年6月前上线

800辆新能源公交车。河北保定早在4月份便全部更新完毕689辆新能源公交。初步测算，保定市仅公交车一项的污染防治措施，就可每年减排有害气体6000余吨。

北京、石家庄、太原、济南，每年新增或更新的公交车中新能源和清洁能源车的比例达到60%左右，并采取直接上牌、财政补贴等综合措施鼓励个人购买新能源汽车。

郑州新增千余台新能源公交车，徐州220辆新能源公交车陆续投放，深圳力推新能源公交2年内充电桩增至20万个……京津冀、长三角、珠三角等PM2.5浓度高的区域，对节能与新能源公交的推广使出浑身解数。

11月26日，随着首批新能源汽车推广应用城市或区域名单的公布，城市新能源公交车的推广和应用将迎来快速发展期。根据科技部数据，“十城千辆”项目推广的2.3万辆公共服务领域车辆，其中估计超过50%以上是新能源客车。据此测算，第一批试点城市的新能源公交客车推广预计将达9-11万辆。(文彬)

丰田全力铸就“怦然心动之路”

2013年，丰田在全球有几个里程碑式的数字：混合动力车全球累计销量突破570万辆；卡罗拉全球累计销量突破4000万辆，成为全球单一品牌销量冠军；凯美瑞全球累计销量突破1600万辆，成为最畅销的中级车之一。在这些数字中，中国市场也发挥了不可磨灭的作用，随着“中国丰田”本地化战略的切实推进，未来丰田会迎来更多中国消费者的认可，为建设“美丽中国”贡献来自一个车企的力量。

前不久结束的广州车展上，丰田展台的主题是“WAKUDOKI ROAD for CHINA”，由全线主力车型演绎丰田在中国铸就的“怦然心动之路”。除了大家耳熟能详的市销主力车型以及相关技术展示物，丰田为中国市场专门打造的3款专属车型——全新VIOS威驰与全新YARiS L致炫以及面向“上有老、下有小的80后”推出的可以乘坐六人的概念车FT-HT“悦佳”是“中国丰田”本地化战略在商品层面的

巨大突破，必将成为全场的焦点。此外，丰富多样的节能新能源车型的展示阵容也表示了丰田将核心技术落地中国，为建设“美丽中国”贡献微薄之力的决心。

丰田汽车公司专务、中国本部长大西弘致在新闻发布会上表示了继续建设“中国丰田”，推进本地化战略的决心，希望继续“为中国消费者提供满意的产品，向中国导入核心技术，与合作伙伴共同将中国事业继续推进，贡献丰田的企业价值与责任”，并着重通过“商品”和“技术”方面的进展阐述了本地化战略的成果。其中，丰田汽车公司丰田章男社长也通过一段试驾精致小型车以及接受采访的视频，表达了丰田期待这两款专为中国市场设计的车型帮助已经成为中国社会中流砥柱的年轻一代实现汽车梦的愿望，以及继续加强中国事业的决心与信心。

(陆小虎)

同比增长31% 东风风行必破18万辆目标

乘联会数据显示：1-11月份，东风风行整体销量达164127辆，同比增长31.4%，继续稳居市场前列。其中，11月份东风风行菱智销量达9201台，同比增长34.3%，再度蝉联商务车市场销量冠军；景逸X5 1.8T广州车展上市后，和1.6L形成“双子星”式产品格局，11月销量达7305台，热销势头强劲；2014款景逸仍稳居大两厢家轿销量冠军地位。以这样的销量态势，东风风行今年的销量必破18万辆。

东风风行全系之所以热销，在于遵循以消费者需求为本的产品开发理念；依托自身优势，精准把握并最大化地满足了消费者的需求。菱智作为东风风行旗下老牌主力车型，销量一直稳居MPV市场前列。据了解，自2001年上市以来，菱智始

终以满足消费者需求作为车型开发的源动力。中级全能商务车菱智M5长年畅销，奠定了良好的用户口碑；小排量全能商务车菱智M3/V3，凭借“黄金小排量、体面大空间”、“商务得意、商用得利”等全能特性，让用户以低成本投入，享受到大空间、大性能。目前，东风风行2014款菱智已全面上市，新车开启了全新智慧商务时代。

在老牌主力车型销量稳步上升的同时，东风风风景逸X5也成为SUV车市黑马，表现出强劲的上升势头。新车上市首月销量突破7000辆，10月份仍显现强劲的热销势头，为东风风行开辟更大的市场机会。笔者了解到，东风风风景逸X5是国内首款加大号城市SUV，具备“动静皆舒适”的驾乘体验，在10万元级

SUV中首次实现了高性能与高舒适的统一。它在通过性、安全性等诸多方面的表现均超越了同级别其它车型，达到了专业级SUV标准，以超高的性价比成为消费者购车主流之选。

“老将”销量稳步上升，“新人”增长势头强劲，在全系热销的喜人局面下，东风风行正在大踏步前行。明年，随着东风风行CM7全面上市，以及全新三厢轿车产品的推出，东风风行将拥有全能商务车菱智、高端公商务车风行CM7、大两厢家轿景逸，SUV车型景逸X5、三厢A级家轿共计五大产品线，实现对MPV、轿车、SUV等各细分市场的全面覆盖，这将会为东风风行带来新的增长点，促进销量的进一步提升。

(文宣)

